信息管理语境下，B 站收藏夹“吃灰”现象分析——以青岛某高校大学生为例

冯佳琪
（北京印刷学院，北京市，102627）

【摘要】

本文从质性研究的角度，分析了在信息管理语境下大学生在 B 站的收藏行为，并对访谈对象的收藏夹“吃灰”现象进行了跟踪研究。使用滚雪球抽样的方法，经过从调查者微信中抽取、访谈对象推荐，最终共抽取 17 名访谈对象，采取半结构化访谈，运用电话采访的方式，对这 17 名访谈对象的 B 站收藏夹使用情况以及收藏夹的“吃灰”情况进行调查，以扎根理论为研究方法，通过开放式编码、主轴编码和选择性编码的方式，并对编码进行理论饱和度检验，最终归纳出了 60 个初始概念，18 个概念范畴，并归纳出了 2 个主范畴，最终提炼概念，结合框架形成了各范畴之间关系的导图。通过研究发现，本文提出如下观点：大学生在 B 站收藏夹的信息管理行为受到主观与客观双重因素影响，“收藏夹吃灰”行为作为结果易于出现在收藏过程中的各个环节，主观因素在大学生针对收藏夹的信息处理中占据重要地位，尤其是信息焦虑；同时发现，大学生的媒介素养在收藏夹信息处理过程中发挥了重要作用。本文是对新媒体时代宏观信息管理行为的具体补充与拓展。

【关键词】

信息管理，B 站，收藏夹，吃灰，媒介素养

chinaXiv:202303.00709v1

chinaXiv:202303.00709v1

一、 研究背景（导言）

21 世纪初，人类进入了信息时代，信息数量的增长速度上升到指数级，海量的信息充斥网络世界，以爆炸的信息量作为成长背景的当代大学生对信息时代有着深刻的体验。数字原住民(digital natives)指的是那些一出生就伴随着信息技术及其应用成长起来的一代,他们熟悉信息技术、信息技术产品和各种应用服务,习惯在其中生活、学习和工作。[1]伴随着各种社交媒体的兴起，新型媒介不断发展迭代，传播也变得触手可及。在信息传播技术的飞速发展中成长起来的 Z 世代年轻人熟悉各类电子产品的使用,习惯了有电子产品伴随的学习和生活。与此同时，B 站作为年轻世代高度聚集的文化社区和视频平台，也随着时代的发展不断迭代，正在成为年轻人学习的首要阵地。大批专业科研机构、高校教授入驻 B 站，如今，B 站已逐渐成为了当代年轻人的“线上大学”。各类信息需求在 B 站都可以得到满足，为收藏行为的发生提供了丰厚的土壤。信息的高速爆炸让人目不暇接，在信息逐渐碎片化且快节奏的今天，“吃灰”成为了网络热词，收藏夹吃灰的现象也逐渐普遍，用户的的信息管理行为也变得愈加重要，文章期望通过对“吃灰”现象的原因以及行为动机进行探究，发掘大学生在吃灰现象背后的焦虑和问题，对新时代媒介素养的内涵进行补充。

二、 文献综述

收藏作为自古以来便存在的人类行为,在近代网络的飞速发展过程中逐渐向网络世界迁移，目前并无明确关于收藏的定义，金芳曾在 2013 年探讨了关于幼儿的收藏行为，通过家庭和教育的角度出发对幼儿的收藏行为进行研究。

进入信息爆炸的 21 世纪以来，信息量的指数型增加趋势使得身处信息爆炸漩涡之中的大学生深受其影响。大众信息主体的重要组成部分即大学生，其快速的学习和对新事物的接受能力使他们的网络主体地位日益凸显，活跃在各类信息平台中。正是大学生信息权力的主体性打破了传统信息垄断的情况,多层面、多视角、多路径以及多渠道的信息来源,使大学生群体拥有强大的信息管控力和传输力,全面提升了对信息阐述、反馈和糅合能力。[2]

与此同时，信息爆炸在带来史无前例的方便的同时也带来了麻烦，李旭,刘鲁川,张冰倩在认知负荷视角下社交媒体用户倦怠及消极使用行为研究中指出,处理过载的信息容易产生“信息疲劳综合征”， 表现为分析能力丧失、不断搜索更多信息、焦虑和失眠症状加剧， 以及决策时自我怀疑、倦怠等。其他学者[1]的研究表明， 信息过载给用户带来压力和负担， 通过思维抑制的中介作用， 间接影响不情愿使用意向。[3]因此， 文章认为，理解互联网时代的收藏夹吃灰现象，需要将出发点落在使用者的日常使用动机以及心理上。因此文章基于信息管理的角度，运用扎根理论为方法，从用户角度出发解读大学生主体的 B 站收藏夹吃灰现象。

三、 研究方法

(一)研究设计与数据收集

---

[1] 谢笑.信息弱势群体:信息权利、信息消费和信息扶贫[J].大学图书情报学刊,2015,33(03):16-22.

[2] 孟德娜.基于信息权利视域的思政课堂慕课教学模式[J].吉林省教育学院学报,2017,33(01):37-39.DOI:10.16083/j.cnki.1671-1580.2017.01.011.

[3] 李旭,刘鲁川,张冰倩.认知负荷视角下社交媒体用户倦怠及消极使用行为研究——以微信为例[J].图书馆论坛,2018,38(11):94-106.

[4] 黄莹,杨莉明.职业群体对于微信的社会性使用的影响因素分析——基于扎根理论的探索性研究[J].新闻界,2018(11):64-72.DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2018.11.009.

本文采取质性研究方法，以扎根理论为线索，同时配合 Nvivo11 软件进行研究。扎根理论是质化研究中建构理论的一种研究方法,弥补了实证研究中过于程式化的研究过程,可以帮助研究者采用归纳方法从现象中提炼出该研究领域的基本理论（黄莹）[4]，扎根理论是由格拉斯和斯特劳斯提出，二人出版了《发现扎根理论》一书，此后又出版了一系列著作阐述这种研究方法。扎根理论主要是以比较为思路，采用各种手段收集资料，从资料和经验事实中发展概念、命题和理论，不断为各领域的研究者所运用 。[5]（陈阳 大众传播方法）

本文通过半结构化访谈收集数据，通过微信平台，对身边的微信好友进行滚雪球抽样，选择拥有使用 B 站收藏夹体验，并且正在青岛市就读的 17 名在校大学生作为访谈对象。运用扎根理论，通过对 17 名访谈对象的采访资料进行编码，主要进行开放式编码、[2]主轴编码和选择性编码，在大范围的一手资料中进行归纳，得出了研究的主范畴。最终从分析中提炼概念，对比假设，从信息存储的角度，结合访谈结果，形成了大学生基于 B 站收藏夹的信息处理和信息利用行为模型，样本的选取遵循平衡原则，17 名访谈对象年龄在 21-23 之间，全部就读于青岛市高校，年级分布于大三和大四。男性 7 名，女性 10 名，文科专业 10 名，经济类 1 名，理工类 7 名。访谈以电话访谈、微信文字聊天访谈的方式进行，每次访谈时间在半小时到一小时之间。并挑选本次访谈中的 14 份深度访谈记录作为编码来源，另外 3 份作为对照，对所选取的 14 份进行理论饱和度检验。

(二)编码分析

1. 开放式编码

开放式编码是指将访谈所得内容进行整理，将每一份访谈内容打散，形成尽可能多的类别，在将元素进行分类时选择最贴切的类别放入，直至分类达到饱和，在此过程中，不断比较，不断进行完善，逐句编码。对相似项目进行归类，直至形成最初的范畴。如图一所示，经过对访谈内容进行编码归类，得出了 60 个初始概念和 18 个概念范畴。

chinaXiv:202303.00709v1

[4] 黄莹,杨莉明.职业群体对于微信的社会性使用的影响因素分析——基于扎根理论的探索性研究[J].新闻界,2018(11):64-72.DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2018.11.009.

[5] 陈阳.大众传播学研究方法导论[M].北京：中国人民大学出版社，2015：209-210

表一 开放式编码范畴化	
收藏夹的回看动机	查看内容
	寻求启发
收藏夹的焦虑体现	打开焦虑
打开收藏夹看的原因	当下需要
不感到焦虑的原因	方向清晰不被信息淹没
惰息性使用	不删除视频，从不整理
对收藏夹的功能性期待	期待自己能打开
	提醒功能
个体对自己使用收藏夹的方式的期待	经常整理
	内容看完
	自我提升
	分类
高媒介素养的其他媒介使用方式	学习占比多
	支持原创
1没有收藏夹的行为	寻找其他平台代替
	继续找收藏夹
没有收藏夹的心情	无法接受
	其它方式代替
	可以接受
清理收藏夹的动机	强迫症
	边整理边复习
删除的动机	对当下没用
	没有用到
	内容失效
收藏动机	以后会看
	符合当下需求
	一时冲动
	有用
	分享
	个人提升
	鼓励up主
	内容质量高
	内容干货
	评论多
	热门
	视频长度
	缓解焦虑
	个人爱好
	一键三连不小心收进去
	原创
收藏夹吃灰原因	位置不显眼
	兴趣下降（不符合当下需求）
	没有时间
	其他爱好挤占时间
	不删除内容
	视频太长
	忘记收藏过
	再看成本高
	当下没用
	一键三连
	默认收藏夹吃灰
默认收藏夹	整理极少
	内容杂
清理行为	对当下没用了
	细化分类
	一直吃灰的删掉
收藏夹公开隐私行为	公开以及原因
	隐私以及原因
	建立人设
针对吃灰的适应性行为	针对吃灰的适应性行为

表格 1 开放式编码范畴化

2. 主轴式编码[3]

主轴式编码指的是在开放式编码所建立的编码之间建立联系，并提出更加抽象的概念，如因果联系、差异联系、干预联系等。[5]本文通过对开放式编码所形成的 18 个概念范畴进行聚类整理、归纳形成 2 个主范畴，并明确主范畴以及副范畴的对应关系，初步形成概念框架的理论支撑，如表 2 所示。

[5] 陈阳.大众传播学研究方法导论[M].北京：中国人民大学出版社，2015：209-210

chinaXiv:202303.00709v1

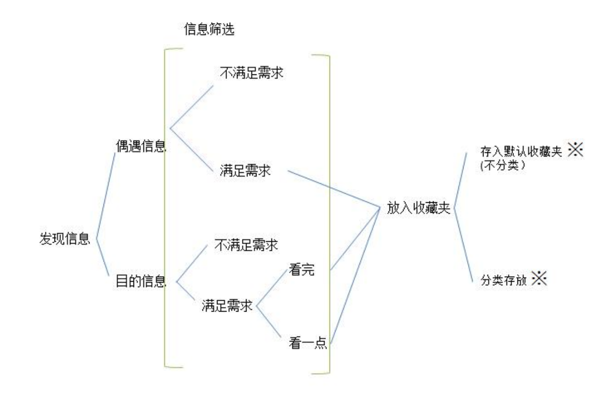
主范畴	副范畴	范畴的内涵
客观因素	客观位置（隐含主观忘记因素）	位置不显眼，易忘记
	平台被动适应行为	原本不想收藏，一键三连收藏
主观因素	需求导向	需求存在
		心理安慰驱动
		需求驱动
	成本导向	时间不够
		不整理默认收藏夹，成本高
		消化成本过高
		消化成本过高
	主观忘记	忘记收藏过视频

表格 2 主轴式编码范畴[i]

3. 选择性编码

选择性编码指的是在上一步发展出的概念之间，找出最主要的核心概念，确定概念之间的故事线，让这个核心概念尽可能多地统领研究资料。本文通过对访谈资料进行整理编码，得出范畴后，归纳出了主观因素与客观因素两个主范畴，选择性提炼出了“收藏夹吃灰现象的影响因素”这一核心范畴。根据得出的范畴建立起了基于 B 站收藏夹的个人信息处理和利用行为的故事线，见图三、图四。带星号的步骤为易于产生“收藏夹吃灰”现象的节点，这些节点皆受主、客观因素影响，基于此提出了微信收藏夹的吃灰现象是由个人以及平台的主、客观因素共同导致。其中，包含“需求”、“成本”、“记忆”因素的主观因素为主导原因，而“位置”以及“平台规则”则是影响收藏夹吃灰现象的客观因素。其中，客观因素中的“位置”因素包含着主观因素中的“记忆”因素。个人对 B 站收藏夹的使用行为属于个人信息管理，访谈发现，收藏夹的回顾频率与受访者个人的媒介素养成正相关，部分媒介素养较高的受访者的收藏夹表现出高流通度、高清理频率的倾向，同时，对收藏夹“物尽其用”的受访者在其他媒介的整体使用中也表现良好。

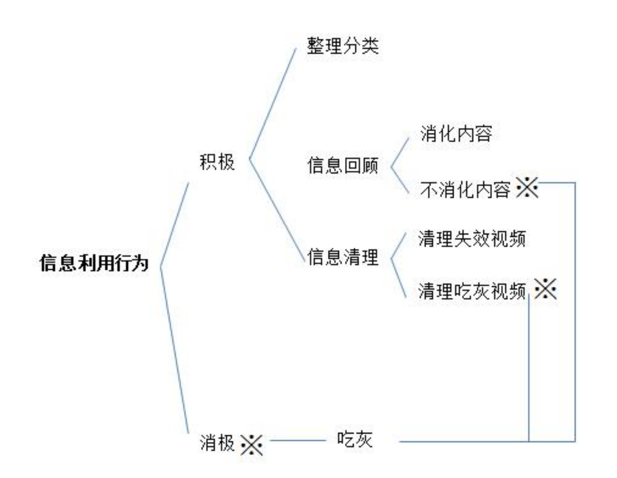
四、 研究结论



表格 3 基于 B 站收藏夹的个人信息处理行为模型

chinaXiv:202303.00709v1

chinaXiv:202303.00709v1



表格 4 基于 B 站收藏夹的信息利用行为模型

(一)个人信息处理行为

其中，在进行 B 站收藏夹个人信息处理的不同阶段，主观因素同时发挥着积极和消极作用，每个节点都可能产生消极作用，而主观的消极作用正是收藏夹吃灰现象产生的主导因素。

从信息存储的角度，个人信息管理的核心操作是输入——存储——输出，因此完整的个人信息管理行为主要包括3个过程:信息发现/再现行为(Finding/Re-finding activities)、信息保存行为(Keeping activities)、元层次行为(Meta-level activities)。（占南）[6]

1. 信息的发现和保存行为

在最初的信息发现行为和信息保存行为中，既受客观因素影响，也受主观因素影响。主观因素往往会积极促成收藏行为的发生，即个体倾向于保存特定信息到收藏夹。而诸如时间一类的客观因素往往也倾向于促成收藏行为发生，如：“我有时候当下来不及看了，就把它先收藏起来，想着以后看。（访者 12）”时间的紧迫往往会促成收藏行为的发生。

2. 元层次行为

收藏夹的后续“吃灰现象”主要涉及元层次行为，主观因素发挥着主要作用，因此研究默认元层次行为不受客观因素不一致干扰。元层次行为是个人信息管理行为的重要组成部分,是沟通需求与信息之间的桥梁。（占南）主要涉及元层次行为的其中四个层面：(1)信息组织,对信息归入文件夹组织或标签组织进行思考;(2)信息维护,包括信息备份、更新和着眼于短期或者长期保存的格式转换;(4)测量和评估,即对当前个人信息管理时间要素的利弊进行测量,并对可以替代的方案进行评价;(5)有意义,可理解。需要知道拥有哪些信息和这些信息应用的需求。[6][4]

（1） 信息组织

即对收藏夹内容的分类行为。个体在将某项信息收进收藏夹时，有两种选择，一是对内容进行分类，二是不分类，收进默认收藏夹中。在默认客观因素一致的情况下，分类的个体出现收藏夹吃灰现象的概率远远小于收进默认收藏夹的个体，并且每个受访者的收藏夹中都存在部分不常清理的默认收藏夹“灰色地带”，由此说明，分类是影响收藏夹吃灰与否的重要因素。

（2） 信息整理

---

[6] 占南.基于扎根理论的个人信息管理行为研究[J].图书馆学研究,2016(15):11-20.10.15941/j.cnki.issn1001-0424.2016.15.003.

体现在收藏夹信息管理中的行为便是对收藏的内容进行信息回顾和信息清理。回顾主要包括两个行为：一是对所收藏内容进行消化，满足了收藏的动机；二是不消化所收藏内容，直接导致收藏夹吃灰现象的出现。信息清理主要包括两部分：一是清理失效视频。这种清理行为会给个体带来积极的心理暗示，如："清理完失效视频就会感觉自己的收藏夹就整齐了。"但尚未发现此行为对收藏夹吃灰有影响。二是清理吃灰视频，此行为是对"收藏夹吃灰"现象的消极性适应，并且在受访者身上容易重复出现。

(二)收藏夹吃灰原因

1. 需求

需求是导致收藏夹吃灰现象的主要因素，无论是从正向或是反向来解读。在信息爆炸的时代，个体根据需求选择收进收藏夹的内容，也根据需求有选择地学习收藏夹中的内容。在时间成本的挟制下，收藏夹的容量大于个人所能掌握的信息的容量，因此，"当下用到"是促使个体打开收藏夹学习所收藏内容的最大驱动力，尽管这种学习行为在某些少数时候会被搜索引擎"截流"。

2. 成本

成本包括时间成本、精力成本等，是阻碍个体对所收藏的内容进行消化吸收的重要因素。依据施拉姆的或然率公式，当收藏夹内的内容消化的费力程度越高，用户就需要更高的心理建设或者付出更长的时间和精力。

3. 记忆

收藏夹的使用频率严重依赖个体的记忆，个体收藏过特定信息后，当再遇到需要特定信息的情景，只有记起曾经收藏过相关内容，才能促使个体去收藏夹寻找并学习消化特定内容。

4. 技术

搜索引擎技术使得信息爆炸时代的信息获得变得更加容易和便捷，尽管搜索引擎的内容与收藏夹的内容是相互交叉又不可替代的，部分受访者表示，即使收藏夹中已有相关信息的视频，个体还是会倾向于使用搜索引擎寻找。除非收藏夹中的相关内容质量非常高。在这个过程中，信息的时效性和内容的质量是决定使用与否的重要因素。

五、 研究总结

收藏夹作为各大信息类应用程序所开发的日常功能，本身是为了使用者更好地管理海量信息，但在信息爆炸的时代背景下，原本便利信息处理的工具却渐渐趋向于"吃灰"，违背了其作为信息处理工具的初衷。根据文章的访谈研究发现，在所受访的 17 位大学生中，仅有 2 位受访者形成了系统规范的个人信息管理体系，其余受访者没有形成应对信息时代数据爆炸的个人策略，并未有意识地对信息进行个体的适应性管理。同时，部分受访者还展现出多平台差异化的收藏夹信息处理模式，如受访者 6 表示，对 B 站的收藏夹不会进行处理，但抖音的收藏夹会定期清理。在媒体环境日新月异的新时代，信息处理与媒介素养成为新时代大学生必备的学习辅助技能之一，也是新时代青年人才媒介素养的体现。

chinaXiv:202303.00709v1

六、　参考文献

[1] 谢笑.信息弱势群体:信息权利、信息消费和信息扶贫[J].大学图书情报学刊,2015,33(03):16-22.

[2] 孟德娜.基于信息权利视域的思政课堂慕课教学模式[J].吉林省教育学院学报,2017,33(01):37-39.DOI:10.16083/j.cnki.1671-1580.2017.01.011.

[3] 李旭,刘鲁川,张冰倩.认知负荷视角下社交媒体用户倦怠及消极使用行为研究——以微信为例[J].图书馆论坛,2018,38(11):94-106.

[4] 黄莹,杨莉明.职业群体对于微信的社会性使用的影响因素分析——基于扎根理论的探索性研究[J].新闻界,2018(11):64-72.DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2018.11.009.

[5] 陈阳.大众传播学研究方法导论[M].北京：中国人民大学出版社，2015：209-210

[6] 占南.基于扎根理论的个人信息管理行为研究[J].图书馆学研究,2016(15):11-20.10.15941/j.cnki.issn1001-0424.2016.15.003.

[7] 卢珈璟,唐可月,闵庆飞.社会化媒体不持续使用意向影响因素的实证研究[J].情报科学,2018,36(08):94-100.DOI:10.13833/j.issn.1007-7634.2018.08.016

[8] 杨园园.社交媒体倦怠的成因及影响探析[J].青年记者,2020,No.659(03):27-28.DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.20200401.003.

[9] 方奇,刘奕群,张敏,茹立云,马少平.基于浏览器收藏夹的用户行为研究[J].中文信息学报,2011,25(05):30-36.

[10] How personal task management differs across individuals [J] . Mona Haraty,Joanna McGrenere,Charlotte Tang.International Journal of Human - Computer Studies . 2016

[11] The use of grounded theory in identifying the user experience during search [J] . Evgenia Vassilakaki,Frances Johnson. Library and Information Science Research . 2015 (1)

[12] 唐晓波,文鹏,蔡瑞.社会化媒体用户使用行为影响因素实证分析[J].同济大学学报(自然科学版),2015,43(03):475-482.

[13] 郑孟兰.资本、媒介与用户：新媒介赋权下的生态构建[J].东南传播,2021,No.205(09):103-107.DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2021.09.029.

[14] 王晓翔.论信息时代公民的信息权利[J].新闻传播,2018(04):7-9.

[15] 占南.个人信息管理行为研究现状及发展动态述评[J].情报杂志,2017,36(10):152-158.

[16] 谢笑.信息弱势群体:信息权利、信息消费和信息扶贫[J].大学图书情报学刊,2015,v.33;No.149(03):16-22.

[17] 郑孟兰.资本、媒介与用户：新媒介赋权下的生态构建[J].东南传播,2021,No.205(09):103-107.DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2021.09.029.

chinaXiv:202303.00709v1

[18]　金芳.幼儿收藏行为的价值、特点及指导建议[J].辽宁教育行政学院学报,2013,v.30;No.232(06):47-50.DOI:10.13972/j.cnki.cn21-1500/g4.2013.06.019.
[19]　唐晓波,文鹏,蔡瑞.社会化媒体用户使用行为影响因素实证分析[J].同济大学学报(自然科学版),2015,43(03):475-482.
[20]　[1]埃莉诺・帕特森,刘婷.捕获流量：1970年代美国旧时代广播收藏文化的发展[J].世界电影,2021(03):130-150.
[21]　[1]王波伟,李秋华.大数据时代微信朋友圈的隐私边界及管理规制——基于传播隐私管理的理论视角[J].情报理论与实践,2016,v.39;No.274(11):37-42.DOI:10.16353/j.cnki.1000-7490.2016.11.008.

chinaXiv:202303.00709v1